

## Brasileiro faz mais refeições compartilhadas que a média global

*No país, 64% das pessoas afirmam sentir prazer em cozinhar e dividir esses momentos com amigos e familiares*



Fonte: Gettyimages

**São Paulo, abril de 2025** - Seja por um hábito ou tradição, o brasileiro preza por se reunir com amigos e familiares em torno da mesa. Não é novidade que aqui as pessoas gostam muito de uma comida boa e uma “resenha” depois do trabalho ou aos fins de semana. Sempre há espaço na agenda para o momento do churrasco, do *happy hour*, das festas ou dos encontros. Os números também refletem essa realidade: a população brasileira realiza, em média, 4,8 almoços e 4,6 jantares semanais na companhia de pessoas conhecidas. A média brasileira é 35% maior que a média global, além de também ser superior que toda a América Latina, que faz 4,4 almoços e 4,2 jantares compartilhados.

Esses dados foram divulgados no **Relatório Mundial da Felicidade 2025**, publicado pelo Centro de Pesquisa de Bem-Estar da Universidade de Oxford, em parceria com a Gallup, a Organização das Nações Unidas (ONU) e um conselho editorial independente. Na edição deste ano, o **Grupo Ajinomoto** contribuiu com um estudo realizado em 147 países, com mais de 150 mil pessoas, identificando que o ato de comer junto fortalece laços sociais, reduz o estresse e aumenta o bem-estar. O levantamento confirma que se reunir em volta da mesa, um hábito cultural no Brasil, torna as pessoas mais felizes, além de ressaltar o papel social na hora da alimentação, e mostrar que, quanto mais refeições compartilhadas, maior o efeito positivo na qualidade de vida.

Não é por acaso que somos um país conhecido por nossa culinária e por compartilhar momentos de alegria em grupo, seja por causa do futebol, Carnaval, Festa Junina, entre outros feriados e festas. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) estima que o faturamento do setor em 2024 teve um crescimento de quase 10%, em comparação a 2023. Além disso, a gastronomia tradicional brasileira já é reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial, conforme previsto pela Constituição Federal.

Atualmente, grande parte da população brasileira vive em ritmo muito acelerado, apesar disso, existe um alto engajamento para cozinhar, segundo o relatório, 64% das pessoas entrevistadas no país afirmam sentir prazer em cozinhar, um interesse 8% maior que o percentual global. “O Relatório Mundial da Felicidade reforça que o ato de cozinhar e comer juntos trazem uma série de benefícios sociais e emocionais, criando laços e fortalecendo conexões. Esses elos sociais podem ser vitais para o bem-estar, ajudando a reduzir os impactos negativos do estresse, além de estarem diretamente atrelados à felicidade”, comenta Adriana Moucherek, Diretora de Comunicação, Marketing Food Service, Trade, E-commerce, Digital, Inovação e Inteligência de Dados da Ajinomoto do Brasil.

A executiva destaca ainda como a análise desses números chega para apoiar o negócio da companhia. “Na Ajinomoto do Brasil temos como propósito contribuir para o bem-estar de todos os seres humanos, da nossa sociedade e do nosso planeta. Dentro dessa perspectiva, seguimos analisando as principais tendências dos consumidores e mapeando oportunidades que vão fazer a diferença. Também buscamos agregar valor à sociedade com soluções inovadoras a partir de nossos produtos e que, claro, facilitem o dia a dia dos brasileiros na cozinha, promovendo felicidade e uma vida melhor no futuro”, conclui Moucherek.

### Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



### **Sobre a Ajinomoto do Brasil**

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 116 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2023, teve um faturamento global de US\$9,9 bilhões e nacional de R\$3,3 bilhões. Para mais informações, visite [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

### **INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL**

FSB Comunicação

[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)